

SUMARIO

AÑO II - N.os 11 - 12
JULIO - AGOSTO 1962
BARCELONA

48 páginas
24'– ptas.

"EL MUNDO DEL AUTOMATICO"
LIBERTAD, 28
BARCELONA (12)

CARTA A NUESTROS LECTORES

Volviendo sobre el mismo tema: La Sociedad General de Autores de España.

Tanta es nuestra insistencia acerca de la Sociedad General de Autores de España, de los derechos de autor y de la propiedad intelectual, que corremos el riesgo de incurrir en innecesarias reiteraciones. Por ellas pedimosc perdón a nuestros lectores. Sin embargo, el tema bien vale ocupar con él algunas páginas de nuestra Revista.

No se hubiera escrito este artículo si no hubiéramos sido interpelados y preguntados en diversas ocasiones en relación con un artículo aparecido en la sección «Antena del Derecho» de la revista «Tele-Radio» (número 234, correspondiente a la semana del 18 al 24 de junio de 1962).

Como respuesta a la Carta de un Lector, el artículista de dicha Revista decía, entre otras cosas, lo siguiente:

«Efectivamente, la Sociedad (de Autores) no puede obligar a nadie que acepte un contrato y, menos aún, coaccionar a nadie que lo firme. La misma naturaleza de un contrato supone una total «libertad» de contratación. Lo que el agente de dicha Sociedad puede hacer es presentarle a usted un recibo para el tiempo que ha utilizado su aparato, y tan sólo en el caso de que usted se negara a abonarlo podrá recurrir al cobro a través de las normas previstas por el «Estatuto de Recaudación».

(Continúa en la página siguiente)

"EL MUNDO DEL AUTOMATICO" - N.º DEPOSITO LEGAL B/12.875/1961 - DIRECTOR: LUIS VILA CASAS
ADMINISTRADOR: ANTONIO ROMAGOSA CASCANTE - REDACTORES: JOSE M.ª TODA SALVAT, AGUSTIN DULCET RICART Y JUAN BARRERA FERRER - REDACCION Y ADMINISTRACION: LIBERTAD, 28 - BARCELONA (12)
IMPRESA EN TOMAS S. L. - PRECIOS DE SUSCRIPCION: UN AÑO: 120'— PTAS. - TRES AÑOS: 240'— PTAS.

Tras la aparición de tales aseveraciones en la mencionada Revista, inmediatamente nos fueron realizadas una serie de consultas. La mayor parte de ellas procedían de personas que tenían instalados y explotaban en sus establecimientos aparatos tocadistos automáticos accionados por monedas.

Se nos preguntaba: ¿Es aplicable a los tocadiscos lo que afirma el articulista? ¿Puede en realidad la Sociedad General de Autores de España obligar, como hace, a los explotadores de tocadiscos, a firmar un contrato?

Antes de seguir adelante, permítasenos un breve inciso: El artículo de «Tele-Radio» se refería al caso de un televisor instalado en un café, caso que ni nos interesa ni afecta. Por tanto, nos limitaremos a dar nuestra modesta opinión solamente en relación a los aparatos que tienen un positivo interés para el Mundo del Automático: los tocadiscos accionados por monedas.

Según nuestra, repetimos, modesta opinión, el estado actual del asunto es, en líneas generales, el siguiente:

La protección a la propiedad intelectual, y concretamente a la obra musical, viene concedida en sentido amplio por el artículo 19 de la Ley de 10 de enero de 1879 al decir que «no se podrá ejecutar en teatro ni sitio público alguno, en todo ni en parte, ninguna composición dramática o musical, sin previo permiso del propietario». En análogo sentido se expresa su Reglamento de 3 de septiembre de 1880, en su artículo 71.

Claro está que tales disposiciones, por su misma fecha, no estudiaron especialmente el caso de las reproducciones fonográficas, limitándose a proteger ampliamente a la obra musical. Por tal razón, posteriormente, la Orden de 10 de julio de 1942 sobre protección de obras fonográficas, ha venido a aclarar la Ley en cuanto a tales obras se refiere, disponiendo que la protección que otorga la Ley a la propiedad intelectual —y concretamente a la musical— se extiende también a la «adaptación, transformación y reproducción gramofónica de dicha obra». Consiguientemente, «tanto el autor de la obra original como la entidad fonográfica que la impresione —sigue la Orden— tienen cada uno respecto de su obra los derechos que a los propietarios de obras musicales les reconocen los artículos 19 y siguientes de la Ley de Propiedad Intelectual. En su consecuencia, los titulares de aquellos derechos podrán impedir que, *sin previo convenio con los mismos,* se utilicen discos u otros objetos análogos derivados de la impresión fonográfica original para la reproducción o comunicación del sonido, con fines lucrativos, tanto por medio de los sistemas conocidos de la radiodifusión, la cinematografía, la televisión y los reproductores o amplificadores de sonido empleados en teatros, bares, cafes, bailes, etc.».

A continuación, el artículo 6.º de la Orden mencionada dispone que «La retribución de los derechos de la entidad fonográfica se regulará *contractualmente...*».

Como quiera que, en virtud de lo dispuesto por el Decreto de 1 de febrero de 1952, es la Sociedad General de Autores de España la encargada de representar a los titulares de algún derecho sobre la propiedad intelectual, y de firmar y formalizar en nombre de aquéllos los correspondientes contratos, tenemos como consecuencia lógica de todo ello —siempre claro está referidas a los tocadiscos automáticos accionados por monedas— las siguientes *conclusiones:*

1.ª La explotación de tocadiscos automáticos devenga derechos de autor.

2.ª La Sociedad General de Autores de España es la encargada de percibirlos en nombre de aquéllos.

3.ª La mencionada Sociedad puede realmente obligar a los explotadores de tales aparatos a otorgar los correspondientes contratos.

La Sociedad de Autores, sin embargo, no anula la libertad de los explotadores de los tocadiscos al otorgar el contrato. No les obliga a aceptarlo: simplemente les señala las condiciones en que podrán usar las obras de su repertorio. Se trata de un contrato de naturaleza análoga a los contratos de adhesión, como es —por ejemplo— el de transporte por ferrocarril: el que quiere trasladarse de Barcelona a Madrid, y quiere hacerlo en ferrocarril, tiene que pagar la tarifa fijada, pero la Renfe no le obliga a contratar, le obliga a hacerlo (ya que la adquisición del billete es una forma de contrato) sólo si quiere utilizar el tren. Igual ocurre en este caso: la Sociedad de Autores tiene un repertorio, y si una persona quiere utilizarlo libremente

(Finaliza en la pág. 193)

ULTIMA NOTICIA

Contrariamente a lo indicado en la página 206 de este número debemos señalar que por causas hasta el momento desconocidas las diferencias existentes entre Petaco, S A. de Madrid y nuestra redacción siguen en pie, y parece ser que sin solución alguna contrariamente a nuestros deseos.

Hemos recibido la siguiente carta de Petaco, S. A. de Madrid:

Muy Sres. nuestros:

En contestación a sus escritos de 1 y 7 del corriente mes respectivamente y después de la conferencia telefónica sostenida con Salor, S. A. no nos interesa de momento continuar con ningún género de publicidad en su revista.

Sin más por hoy se reiteran de Vdes. affmos. y ss. ss.

q. e. s. m.

PETACO, S. A.

P.P.

(Firma eligible)

Consejero-Delegado

Esperamos poder ofrecer más información respecto a este asunto en nuestro próximo número.

Desearíamos conocer la opinión de nuestros lectores sobre esta enojosa cuestión.

RESERVADO

XXX Feria Oficial e Internacional de Muestras de Barcelona

Con la renovación de la Feria de Barcelona en todos sus aspectos, lo que ha significado una mejora, este año el automático, español ha acudido a ella con una mayor representación que en ediciones anteriores. Como quiera que la industria automática en España no cuenta con una consideración e importancia semejante a la de otros países hemos visto con sorpresa que los aparatos de recreo estaban situados entre los juguetes. Sin embargo esta regla no ha regido para todos los expositores de automáticos, pues un fabricante que además se dedica a construir «Pin-Ball» ha expuesto en el Palacio de artículos para el hogar. Sin duda alguna ello es debido a la desconexión existente en la industria del automático y a este afán de obrar independientemente que la caracteriza. Parece que las casas que han expuesto representan una minoría que con una amplitud de miras y un no querer cerrarse horizontes comprende la importancia de popularizar, de dar a conocer el automático en todos sus aspectos al público en general, a esta enorme masa que acude a la Feria a conocer los progresos de la actividad económica en todas sus facetas.

Han acudidos a la cita las siguientes empresas:

Automatic, S. A. que ha expuesto el «Pin-Ball», «Colorín», de Orús, el «Silver» de Gottlieb, el tocadiscos todavía sin nombre del fabricante que situábamos en Balaguer, el distribuidor de Coca-Cola marca Vendo, el Autobol de Inter-Automatic y el reproductor continuo de música marca Musi-Pak, además del «Ventamatic 62» de una y cinco pesetas.

Automáticas VAHER, por mediación de los representantes en Barcelona, Billares Soler, expuso sus últimos modelos: «Volando Alto», «Gran Avenida» y «Super Circo».

GEDASA en el «stand» de sus representantes en Barcelona, Accesorios Hosteleros, ha mostrado su aparato Sinfonola 96.

Industrias Laguna que ha expuesto sus últimos modelos.

Escardíbul con su habitual y silencioso «Habilín».

Junto a estos expositores en la Feria se han expuesto también vendedores automáticos de bebidas en el «stand» de Toramat Española, S. A., que se propone fabricar en España estos distribuidores según el modelo «Tornado» de Alemania y en el «stand» de Imco. Igualmente se han expuesto, convenientemente diseminados por el recinto ferial, unos aparatos para dar masaje a los pies por medio de un sistema de vibración fabricados por PROUS.

En resumen, el sector del automático con una mayor representación cuantitativa ha sido el de los «Pin-Ball» seguido del de los aparatos de venta.

Podemos afirmar que los «stands» de automáticos han atraído la atención del público que cada vez más se interesa por este sector de la actividad moderna.

El hecho de exponer en la Feria no presupone una importancia o una preponderancia de los expositores sobre las demás empresas del ramo; sin embargo es obvio que el darse a conocer e introducirse en los comentarios del público proporciona beneficios a los expositores y no a los ausentes.

Nosotros desearíamos que en ediciones sucesivas todos los fabricantes españoles expusieran en la Feria, y expusieron conjuntamente, reunidos para conseguir dar una impresión de importancia que, sin duda, llegaremos a alcanzar. Es hora, ya, de que comprendamos las ventajas que se pueden conseguir obrando conjuntamente, aunando esfuerzos e iniciativas en pro de una constante mejora en el ramo del automático. El manido refrán: la unión hace la fuerza, no debe ser ignorado por los profesionales del automático puesto que ellos saben mejor que nadie de las dificultades con que se tropieza continuamente en la profesión. Estas dificultades únicamente pueden ser superadas por el esfuerzo conjunto de todos, pues con ello se consiguen una serie de ventajas que deben redundar en favor de toda la profesión y de ahí en una serie de beneficios individuales.

Nuestra labor de información procuramos cumplirla lo mejor que podemos y con todos los medios a nuestro alcance, pero es necesaria la intervención, la colaboración de todos los profesionales para conseguir los resultados que se persiguen. Esperamos las sugerencias, en cualquier sentido, sobre todo lo referente al automático español. Nosotros ofrecemos nuestra colaboración. Corresponde ahora a los industriales y profesionales mantener un contacto directo y continuo, que proponemos sea a través de nuestra revista único medio existente en España de dar a conocer el sentir y las necesidades comunes de una industria que, si bien incipiente en cierto modo, interviene en la vida económica del país y que en un futuro muy cercano habrá adquirido una importancia que para muchos constituirá una sorpresa.

Luis Gonzaga.

Observando

Recientemente un delegado de la casa Rock-Ola de tocadiscos automáticos, ha venido a España y ha mantenido varias conversaciones con una Empresa de Madrid y otra de Barcelona. Los resultados de las entrevistas no han sido hechos públicos.



Tenemos noticias que en el Norte de España se va a crear una empresa dedicada a la explotación de distribuidores automáticos. Tendremos informados a nuestros lectores de todo lo referente a este asunto.



Muchas personas nos han escrito preguntando el nombre de la empresa que procederá a la importación de 800 tocadiscos automáticos. Dado el carácter confidencial de la información no estamos autorizados a facilitar el nombre de la empresa.



Hemos notado que los industriales del automático español obran completamente desconectados del público. Existe un vacío enorme entre ambos sectores. Nuestra revista está encaminada a llenar este vacío y conseguir mantener informado al público de todo lo referente al automático. Esta labor precisa de la colaboración y confianza de todos los industriales puesto que se puede considerar a «El Mundo del Automático» como un eficaz colaborador de las relaciones públicas tan descuidadas en nuestro mundo del automático. Por tanto directamente informados de las actividades que puedan interesar a la totalidad de la profesión. Para empezar pedimos que se nos envíe la lista de representantes y agentes de ventas de los fabricantes, en toda España. Son muchas las personas que al pedirnos estos datos se ven defraudadas al comprobar que únicamente podemos facilitarles la dirección de la casa central, lo que representa una pérdida de tiempo harto molesta.

Agradeceremos que cualquier noticia o dato sobre el automático nos sea remitido rápidamente. Nuestra revista ofrece sus páginas a cualquier colaboración en este sentido. Nuestra red de corresponsales debe buscar las noticias a la luz de un candil, pues parece que hay personas interesadas en que ciertos datos no sean conocidos por el resto de la profesión. Su labor detectivesca es tanto más de agradecer cuanto que obran desinteresadamente sin recibir ninguna compensación económica, buscando únicamente el bien general de la profesión y ya conseguirán su parte en estos beneficios. Quien tiene el todo, tiene la parte.

Ha nacido una nueva empresa dedicada a la fabricación de "Pin - Ball", en Madrid. Su nombre: COAPIN. Están fabricando ya aparatos de dos jugadores con vistas a una posible exportación que según nuestras noticias sería la primera de aparatos automáticos que España efectúa.

Hacemos votos para que consiga sus objetivos a ia vez que le damos la bienvenida al mundo del Automático.



El día 19 de julio llegó a Barcelona Mr. R. Fraser Dudgeon, redactor de la revista inglesa The World's Fair, para escribir un reportaje sobre el automático español. Visitó nuestra Redacción y seguidamente las oficinas de Automatic, S. A. y los talleres de Salor, S. A. e Industrias Laguna.



Los aparatos de importaciòn deben satisfacer, en moneda española, un 60 % de su coste en concepto de Derechos de Aduanas, un 6 % de Tarifa Fiscal y un 20 % de Impuesto de Lujo. Para su funcionamiento legal en nuestro país deben obtener el Permiso de la Delegación de Industria y de la Dirección General de Seguridad. El incumplimiento de estos requisitos supone la infracción de la ley y los aparatos que se pongan en funcionamiento en tales eondiciones están en situacion ilegal.

(Viene de la pág. 188)

Carta a .....

tiene que satisfacer unos derechos, y para ello tiene que contratar con el autor, representado en este caso por la Sociedad General de Autores.

En cuanto a lo que se refiere al «Estatuto de Recaudación» mencionado en la revista «Tele-Radio», téngase en cuenta que el derecho de autor es un derecho civil, privado, no un impuesto y, por tanto, no rige respecto a él dicho Estatuto, aplicable a la esfera de lo fiscal.

Queda con ello explicada nuestra posición en cuanto a los contratos de la Sociedad de Autores hace referencia.

LA REDACCION

cartas al director

Sr. Director de El Mundo del Automático.

Me dirijo a usted para que me indique las casas donde podría encontrar en venta o explotación, aparatos Pin-Ball de importación. En mi visita a Bélgica a fines del pasado mes, vi una gran profusión y diversidad de aparatos de los que aquí mal llamamos «millón». En mi local de aparatos automáticos tengo unos cuantos futbolines, un «millón» extranjero y varios nacionales; el extranjero lo adquirí al dueño de un bar que liquidó el negocio; en cuanto a los Pin-Ball nacionales estoy harto de continuas averías y del poco rendimiento económico que me dan, creo que por su poca calidad y su juego soso y poco entretenido. Algunos mecánicos me dicen que «en todas partes cuecen habas». ¿Es qué en España no pueden hacer máquinas como las del extranjero», pues la extranjera que tengo es marca Gottlieb y apenas se estropea, dos o tres averías por mes y de poca importancia, y a la hora de hacer recaudaciones éstas son fructíferas.

Concretando le ruego a Vd., a algún lector me indique representantes de máquinas extranjeras.

Con gracias anticipadas.

Y perdone, amigo mío, si hay aquí algo que suena a atrevimiento. Nos

J. B. G.
(Barcelona)

Respuesta:

La importación de Pin-Ball no está todavía liberalizada, por lo que en España se encuentran en un número reducido debido a los permisos de importación que se han obtenido en estos años. Que nosotros sepamos únicamente una casa extranjera fabricante de «Pin-Ball» está representada en España, por Automatic, S. A. Esta casa es Williams Electronic Manufacturing Corporation de Estados Unidos.

No estamos de acuerdo con usted en lo referente a la calidad de los aparatos nacionales. Ante todo debemos tener en cuenta que la industria del automático en España es muy reciente y si bien es de desear mejoras en el juego no podemos decir que su calidad sea deficiente. Podemos estar orgullosos de nuestros fabricantes que en poco tiempo han procurado y conseguido fabricar aparatos de calidad y únicamente es de desear que su juego mejore igual que la calidad técnica. El hecho de que sus aparatos nacionales tengan tantas averías como Vd. dice lo atribuimos a que, quizá, no han sido reparados por mecánicos competentes. Debe Vd. dirigirse a la fábrica para que le indique quién debe reparar su aparato. Tenga Vd. en cuenta que el primer interesado en que sus aparatos funcionen perfectamente es el mismo fabricante que por ello recomienda las personas que pueden reparar su aparato con garantía de conocimiento.

Creemos que en cuanto sus aparatos estén debidamente arreglados su recaudación notará un aumento considerable.

Sr. Director de «El mundo del Automático».

Referente al artículo publicado en la revista de su digna dirección so-

bre «agrupación de industrias del automático» me es grato informarle y con ruego de inserción de que unos industriales del ramo creemos de sumo interés la formación de un grupo ya sea local, provincial o nacional de empresas dedicadas a la construcción de aparatos mecánicos o electromecánicos accionados por monedas o fichas. Esta Asociación debería tener un carácter definido y representativo para gestiones frente a organismos oficiales, a los que siempre es difícil y molesto acudir individualmente. Asimismo debería ser un órgano consultivo sobre cuestiones tributarias y jurídicas, informador sobre mercados y precios, importaciones y exportaciones; pagos a organismos oficiales, protección de patentes, etcétera, etc., la lista se haría interminable por las innumerables ventajas que reportaría tal Asociación.

No creo que sea difícil de conseguir tal Asociación pues creo que hay una buena disposición en general para tal empresa. Sólo es menester el aglutinante que una distintas opiniones y de forma a este plan.

Atentamente le saluda,

Jorge Bufurull
(Barcelona)

Respuesta:

Lo que usted propone es algo que ya hace tiempo estamos estudiando concienzudamente, pues es un asunto complicado ya que se trata de limitar lo que es de interés general de lo que constituye simplemente interés particular. Desearíamos saber la opinión de todos cuantos estén interesados en el proyecto. No dudamos de los beneficios y utilidad de tal Asociación. De este tipo existen ya varias en distintos países, como la N.A.M.A. en Estados Unidos y la U.B.A. (Unión Belga del Automático) en Bélgica. La experiencia ha demostrado la utilidad de tales Asociaciones y creemos que en Estapaña también sería útil.

Desde luego no debemos creer que se conseguirá rápidamente, pues precisa de tiempo y estudios a fondo para poder ser realmente útil. Agradeceremos todos cuantos datos y opiniones se nos envíen sobre este particular.

Son 10 años escasos de automatismo en España. En este corto período de tiempo muchas ilusiones se han visto frustradas por innumerables causas. Unicamente los que han luchado con tesón y han olvidado la improvisación siguen adelante. Otros sucumbirán y dejarán de existir por el suicidio industrial que representa el considerar al automático como un pasatiempo, no como un negocio, como algo que no precisa de la misma atención que el otro sector de su industria de la que el automático es complemento.

Luis Gonzaga.



divulgación técnica

Reparación de "PIN - BALL"

Poco se ha hablado sobre este tema del que tantas cosas podrían decirse. Hablaré someramente de la forma que hay que tener un taller de reparación y de lo que debe hacerse en el mismo.

Un equipo de operarios motorizados tiene que velar por los intereses de explotadores e instaladores; esta motorización es necesaria a causa de las distancias que suele haber entre los distintos aparatos instalados. Hacen falta una serie de herramientas aptas para esta clase de reparaciones como son el «sirery» para ajustar contactos, alicates con boca curva de cocodrilo, «tester» para medir y verificar aislamientos y circuitos, destornilladores europeos y americanos, alicates, soldador instantáneo, etc., etc. Es preciso disponer de un juego de recambios bien nutrido de los elementos más usuales, bobinas, platinos, fusibles, bombillas, muelles, etc.

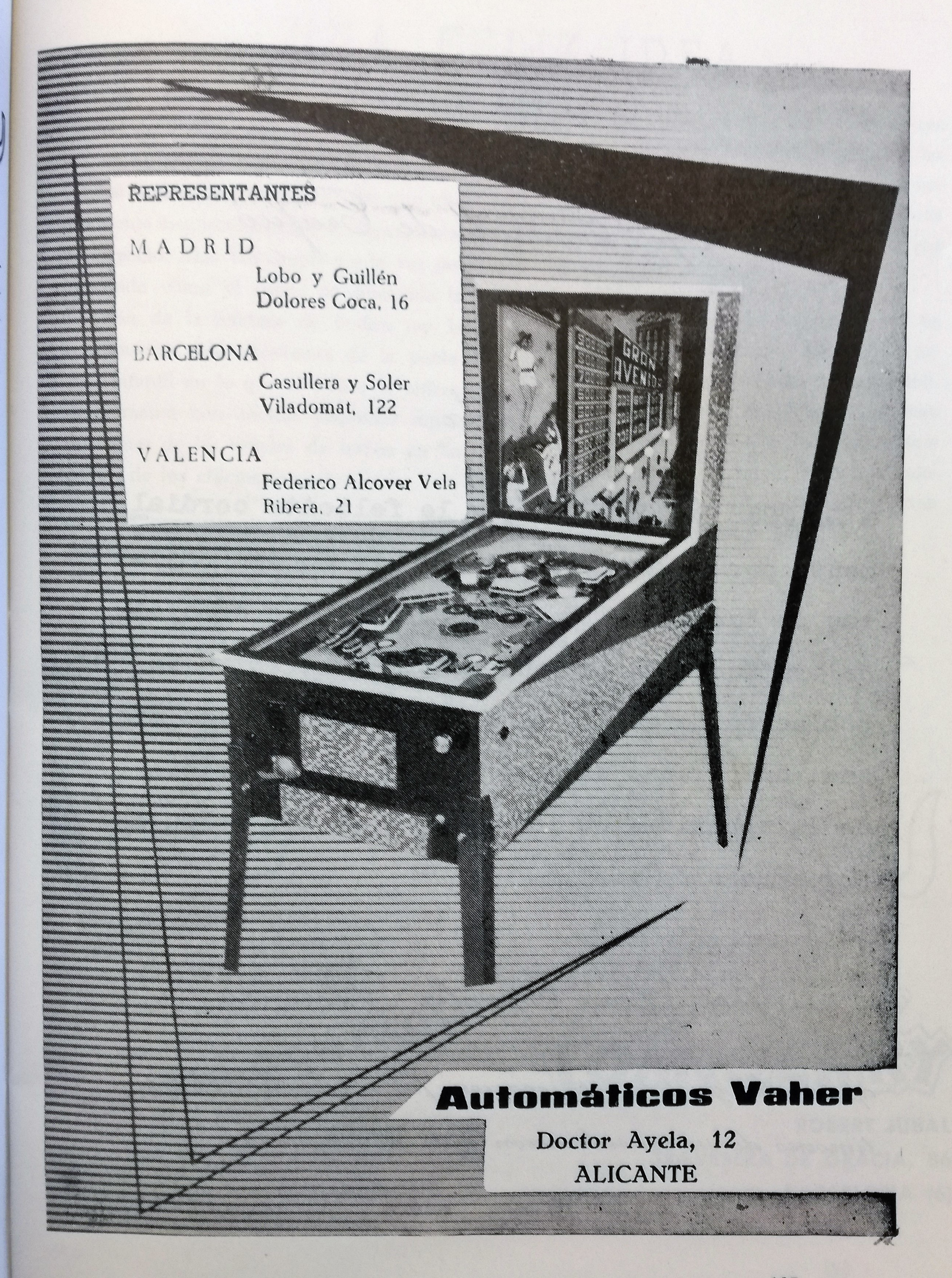


Los operarios deben ser adiestrados convenientemente para que sean capaces de encontrar con rapidez la avería y repararla. Es una lástima que sean pocas las empresas que disponen de operarios verdaderamente competentes. Muchas empresas nacionales obran siguiendo antiguos e inoperantes sistemas de trabajo excepto algunas que siguen los modelos de organización de las empresas americanas, que son, queramos o no, las maestras del automático.

El operario de «Pin-Ball» debe abandonar la rutina y contar con unas nociones elementales de circuitos eléctricos, de elevadores, identificación de planos, así como de un poder de captación suficiente para identificarse rápidamente con los nuevos tipos de máquinas, puesto que no sólo existen los aparatos del «millón», sino otros con distintos y variados circuitos, como los modernos «autobol» distintos en muchos aspectos al clásico «millón».

En resumen, es preciso saber captar a la persona idónea para adaptarse a las necesidades del mercado mundial de «Pin-Ball».

Jorge Bufurull.


REPRESENTANTES
MADRID
Lobo y Guillén
Dolores Coca, 16
BARCELONA
Casullera y Soler
Viladomat, 122
VALENCIA
Federico Alcover Vela
Ribera, 21
Automáticos Vaher
Doctor Ayela, 12
ALICANTE



El Jefe Central de Tráfico

Saluda

a D. JOSE ROBERT JUBAL, y le felicita cordialmente por su acierto, al incluir en las cajitas de "chicle" "Trafic Control", las señales de tráfico, con las que contribuye, entre la población infantíl, al conocimiento de las mismas, cooperando de esta manera, en beneficio de la seguridad de los niños y en pro de su mejor educación vial.

José Luis Torroba Llorente

aprovecha gustoso esta ocasion para ofrecerle el testimonio de su consideración más distinguida.

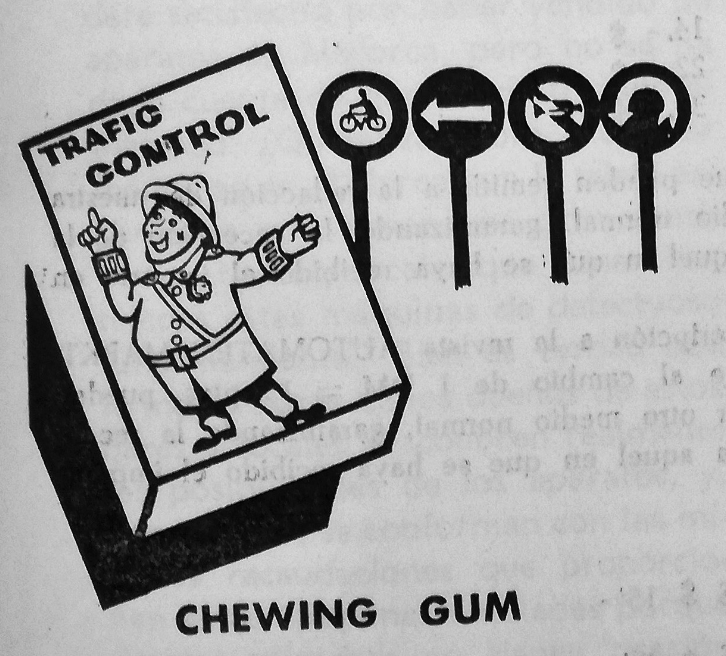
Madrid, 16 de enero de 1962

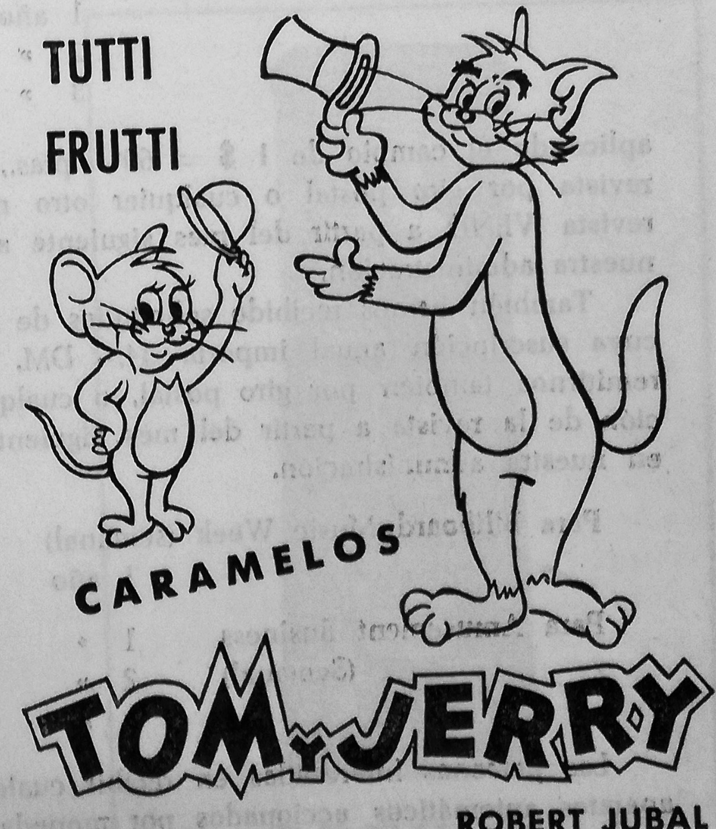
UNA FELIZ IDEA

Nos place publicar esta nota del Jefe Central de Tráfico, porque demuestra que los industriales podemos contribuir a resolver los problemas ciudadanos sin que ello represente menoscabo ni perjuicio para nuestro negocio. Algo tan simple y a la vez tan apreciado como el chicle ha merecido la atención de la Jefatura de Tráfico por la contribución a la enseñanza de la población infantil en lo que al tráfico se refiere, simplemente con incluir pequeñas reproducciones de las señales de tráfico en las cajitas de los chicles.

A propósito de esta felicitación brindamos una idea a los fabricantes de "Pin-Ball". Se podría construir un aparato cuyo sistema de juego estuviera basado en las dificultades del tráfico rodado. Aparte la novedad que representaría ayudaría, sin duda alguna, al conocimiento del código de una forma amena y distraída.

Los sistemas de juego basados en acontecimientos deportivos son los que tienen mayor aceptación entre nuestro público y si hasta ahora el fútbol, el ciclismo y las carreras de caballos han sido la base de los aparatos de mayor éxito no dudamos que los problemas de circulación serían de gran estima entre el público.





Avisos de "El mundo del Automático"

Con el fin de poder dar vacaciones a nuestro personal, este número consta de doble número de páginas y corresponde a los meses de julio y agosto Esperamos que nuestros lectores comprenderán los motivos de este cambio. Igualmente esperamos que el número correspondiente al mes de septiembre aparezca el día 15 de dicho mes.

❊ ❊ ❊

A partir del próximo mes de septiembre empiezan a regir las nuevas tarifas de publicidad. todos cuantos estén interesados en anunciarse en nuestra revista pueden pedirlas, y se las remitiremos gustosamente.

SUSCRIPCIONES A REVISTAS EXTRANJERAS

A las personas interesadas en suscribirse a la revista VEND, debemos comunicarles que el precio de la suscripción es de:

1 año	14,- $
2 »	22,- $
3 »	30,- $

aplicando el cambio de 1 $ = 60'- ptas., que pueden remitir a la redacción de nuestra revista por giro postal o cualquier otro medio normal, garantizando la recepción de la revista VEND a partir del mes siguiente a aquel en que se haya recibido el importe en nuestra administración.

También hemos recibido solicitudes de suscripción a la revista AUTOMATEN MARKT, cuya suscripción anual importa 34,- DM, que al cambio de 1 DM = 15 ptas. pueden remitirnos también por giro postal, o cualquier otro medio normal, garantizando la recepción de la revista a partir del mes siguiente a aquel en que se haya recibido el importe en nuestra administración.

Para Billboard Music Week (semanal)	1 año	US $ 15'-
Para Amusement Business (Semanal)	1 »	US $ 20'-
	2 »	US $ 30'-
	3 »	US $ 40'-

Las personas interesadas en recibir cualquier otro título de revistas que se refieran a aparatos automáticos accionados por monedas, pueden escribir a nuestra redacción comunicándonos sus deseos, en la seguridad de que serán debidamente atendidas.

Al mismo tiempo, comunicamos a todas las personas que hasta la fecha se han interesado de alguna manera directa por alguna publicación extranjera, la conveniencia de que nos expresen nuevamente sus deseos, ya que en la actualidad estamos organizados para poderlas atender debidamente.

ABANDONO EN MALLORCA

Recientemente, hemos tenido ocasión de estar en Mallorca y hemos podido hacer un somero estudio del mercado, habiendo quedado descorazonadísimos por el desprestigio ocasionado en el mercado mallorquín por un fabricante de Pin-Balls de la península. Se hallan en dicho mercado unas 50 máquinas del citado fabricante, y no hemos visto ninguna (hay que advertir que no las hemos visto todas) que estuviera en perfecto estado de funcionamiento. No era una avería esporádica y momentánea, sino un abandono total.

Este fabricante, cuyo nombre naturalmente omitimos, quizás se considere satisfecho por haber vendido 50 aparatos en Mallorca, pero no se ha dado cuenta de que ha destrozado el mercado. ¿Quién va ahora a ofrecer máquinas en Mallorca con la triste experiencia que tienen una gran cantidad de bares y locales que tienen instaladas estas máquinas de defectuoso funcionamiento? Bien es verdad que la mayor parte de los dueños de estos bares y locales desconocen realmente las posibilidades de los aparatos, y, por lo tanto, se conforman con las mínimas recaudaciones que proporcionan estas máquinas averiadas porque desgraciadamente no tienen ocasión de comparar las recaudaciones de una máquina buena con las recaudaciones de otra máquina averiada.

En repetidas ocasiones, hemos llamado la atención desde esta revista sobre la necesidad de cuidar el prestigio de las máquinas, no solamente hasta que se haya hecho su venta, sino incluso después. No deberían venderse máquinas a explotadores que no fuesen capaces de asegurar un funcionamiento perfecto del aparato. Si ahora un fabricante de máquinas estupendas va a ofrecerlas en Mallorca, se va a encontrar con la posibilidad de que sean rechazadas, puesto que la experiencia que tienen en Mallorca de las citadas máquinas es francamente desagradable.

Desearíamos que esto sirva de aviso y que no se cayera más en esta improvisación tan bonita y tan española.

O. T. B.

No estamos solos

A propósito de una carta fechada el 10 de julio de 1962 y que recibimos el día 13 del mismo mes, volvemos sobre el mismo tema tratado en anteriores ocasiones: la falta de colaboración con que nos encontramos.

Siempre hemos pedido colaboración a los industriales y profesionales del automático, desde las páginas de nuestra revista y en circulares, como la que, a continuación, copiamos y fechada el día 6 de julio de 1962:

Muy Sres. nuestros:

En el número 10 de nuestra revista, habrán podido leer Vdes. el proyecto de convocatoria de concurso periodístico que tenemos el propósito de iniciar.

Dado el gran interés que debe merecer a todos los industriales del automático el prestigio comercial y del negocio, cremos poder contar con su colaboración.

Habrán observado Vdes., que la cuantía de los premios es de 23.000 pesetas, a esto hay que añadir una serie de gastos, que en su momento se detallarán, que hacen subir el presupuesto hasta las 35.000 Ptas. Es propósito de esta revista, el cobrar estas 35.000 Ptas. con las aportaciones de todos los interesados en el mundo del automático, por lo tanto, daremos la máxima publicidad a todos los industriales del ramo que efectúen donativos para poder ofrecer los premios señalados.

Al mismo timpo que publicaremos la cuantía de estas cantidades entregadas por cada Empresa, haremos un pequeño historial de la Empresa, facilitando sobre todo la fecha de fundación y capital social realmente desembolsado, a fin de que todos los explotadores e interesados en el automático puedan apreciar la importancia de cada Empresa.

Contamos, pues, con su colaboración, que le agradeceremos nos llegue desde el día 20 del corriente mes, para que pueda publicarse en la revista que aparecerá el 30 del mismo mes.

Al mismo tiempo, también llamamos su atención sobre la necesidad que tenemos que nos envíen noticias que atañan a su empresa, para ser publicadas totalmente gratuitas en la revista. Es una lástima que hasta la fecha solamente una o dos empresas colaboren de una forma muy asidua en la aparición de la revista, y no ha de extrañarles, pues, que estas empresas sean las más beneficiadas con la publicidad directa o indirecta que la revista representa. (Un nuevo llamamiento a la colaboración.)

Esperamos, pues, que nos envíen sus artículos, noticias, etc., que hagan referencia a su Empresa.

Nuestra revista se envía cada mes a más de dos mil personas diferentes en toda España, personas que están realmente interesadas en el mundo del automático.

Es, por lo tanto, el vehículo más directo y eficaz para publicar sus anuncios y su publicidad, puesto que va dirigida, como queda dicho, a personas realmente interesadas.

En espera de sus noticias, quedamos suyos, attos. y ss. ss.

Posteriormente, y a la vista de noticias recibidas, enviamos otra circular a los anunciantes de nuestra revista, que copiamos a continuación, y fechada el día 11 de julio de 1962:

Muy Sres. nuestros:

Ha llegado a nuestro conocimiento que alguno de nuestros anunciantes se ha molestado por alguna no-

ticia publicada en nuestra revista, y por un presunto exceso de noticias relacionadas con una determinada firma.

Como hemos dicho ya en anteriores y repetidas ocasiones, nuestras páginas están abiertas a todos sin excepción, y en ellas se publicarán todas las noticias de cualquier índole y de interés para el mundo del automático. La mayoría de estas noticias nos son facilitadas por nuestros redactores; el resto nos son remitidas por las empresas del ramo del automático.

El hecho de que aparezcan a menudo en nuestra revista noticias sobre una misma casa, obedece únicamente a que dicha empresa nos tiene constantemente al corriente de las actividades por ella desarrolladas y de interés para toda la profesión del automático.

Está en nuestro ánimo el deseo de publicar artículos y noticias de todas las empresas nacionales. Por ello exhortamos, una vez más, a todos los anunciantes e industriales del ramo a que colaboren en la revista, enviando artículos, grabados, noticias, etc., de las actividades de su empresa que puedan interesar a la totalidad de la profesión. Aseguramos la publicación, pues ello es de nuestro interés, toda vez que «El Mundo del Automático» es la única publicación que se dedica enteramente al automático.

Sin otro particular quedamos suyos, affmos., ss. ss.

q. e. s. m.,
Administrador.

El día 13 recibimos la ya mencionada carta de PETACO, S. A., que transcribimos y comentamos a continuación:

Muy Sres. nuestros:

Francamente ilusionados, contábamos con la aparición de su Revista, en la que creíamos ver la coordinadora y defensora del automático español. Poco nos duró tal ilusión, ya que vemos, en un tiempo cortísimo, que se trataba simplemente de una Revista destinada casi en exclusiva a una propaganda desmedida de unas máquinas expendedoras de chocolatinas y chicle (máquina de no mucha importancia dentro del mundo del automático), siendo los anunciantes de máquinas del Millón (Pin-Ball) unos simples anunciantes que contribuyen con su dinero a la publicación de una Revista destinada a defender, repetimos una vez más, intereses particulares.

Comentario: Nuestra Revista, en efecto, pretende ser la coordinadora y defensora del automático español, y entendemos por automático tanto al fabricante como al explotador, importador, etc. Es decir, a toda persona relacionada con el automático. Para ello precisamos el contacto continuo con TODOS los profesionales del ramo. Nuestros llamamientos han sido continuos, y esperamos todavía esta comunicación por parte, repetimos, de TODOS.

Como cualquier Revista, también la nuestra se nutre de la publicidad, y no hay nada que impida la contratación de varias páginas para publicar sus ancios y textos publicitarios, por una misma empresa, siempre y cuando se abonen en nuestra Administración las cuotas correspondientes. Si una empresa quiere gastar en publicidad una determinada cantidad y otra no, no podemos ni tenemos derecho a impedírselo. Pero aparte de las páginas contratadas, si se nos tiene al corriente de las actividades de

la empresa, nosotros, cumpliendo nuestro deber de informar, no podemos silenciarlas y sí debemos hacerlo notar.

El considerar las máquinas expendedoras como de poca importancia dentro del mundo del automático, es cuestión de opiniones y creemos que los fabricantes y poseedores de distribuidores automáticos discreparán en este punto de su opinión.

Nuestras repetidas llamadas a una colaboración únicamente han encontrado un eco continuado en poquísimas empresas. Un ejemplo puede serlo el único número monográfico que hasta la fecha hemos editado. Recordemos nuestra Revista dedicada enteramente a los «Pin-Ball», del mes de marzo pasado. Solicitamos la colaboración de todos los industriales del automático en el sector de los «Pin-Ball», y muy pocos respondieron a esta llamada.

Esta necesidad de colaboración la sienten también nuestros lectores, y como ejemplo de ello copiamos algún párrafo de una carta firmada por don Tomás Sánchez-Moya, de Oviedo, que publicamos en el número 9 del mes de mayo, en las páginas 128 y 150:

«SI USTEDES CONSIDERAN NECESARIO ABRIR UNA SECCION DEDICADA A DIRIGIR PREGUNTAS E INFORMACIONES DE ORDEN TECNICO Y CONSTRUCTIVO A LOS DIVERSOS FABRICANTES DE MECANISMOS ELECTROAUTOMATICOS, CONSIDERO QUE SERIA ESTA UNA PODEROSA FUENTE INFORMATIVA PARA LOS POSIBLES COMPRADORES (...). TAMBIEN RESULTARIA INTERESANTE Y BENEFICIOSO EXPONER SUGERENCIAS E IDEAS DE ORDEN TECNICO Y CONSTRUCTIVAS, OBTENIDAS DE LA PRACTICA USUARIA DURANTE EL MANEJO Y EXPLOTACION «CARA AL PUBLICO USUARIO.»

Es la opinión de un explotador, de un componente del mundo del automático, y como él habrá otros muchos que desean y creen necesaria una información directa de las fábricas.

Nuestra Revista no defiende intereses particulares, sino generales, de interés para todo el mundo del automático o para uno de los tres sectores que lo componen, pero nunca provoca ni apoya la lucha en el seno del mundo del automático. De la lectura de nuestra Revista se desprende el continuo interés que tenemos en que TODOS los componentes del mundo del automático se unan en defensa de sus intereses comunes.

Por otra parte, en el conjunto de su contenido está dedicada a defender máquinas expendedoras, y lo poco que inserta ajeno a las mismas, en la mayoría de los casos, es más bien una crítica negativa que una crítica constructiva, la cual siempre estamos dispuestos a admitir.

Comentario: No hemos deseado nunca hacer crítica negativa de los aparatos automáticos, y creemos no haberla hecho al señalar errores y defectos, pues el único propósito que nos anima es la enmienda de éstos en beneficio del automático español. Debemos reconocer que los automáticos españoles están todavía en un cierto plano de inferioridad respecto a los extranjeros, y nosotros deseamos que los fabricados españoles sean los mejores y por ello procuramos estimulra el afán de superación por conseguirlo.

Hasta el momento no ha habido ningún ataque hacia el automático que nos obligue moralmente ha defenderlo contra estas maquinaciones, que, repetimos, en la actualidad son inexistentes. Consideramos el mundo del automático dividido en tres ramas o sectores: automáticos que proporcionan productos (expendedores), automáticos que proporcionan diversión y automáticos que proporcionan únicamente servicios. Este último aspecto del automático es el menos numeroso en España (no hay ninguna consigna automática, por ejemplo). Procuramos, pues, nivelar en lo posible la cantidad de espacio dedicado a cada aspecto del automático. Creemos que, en conjunto, la balanza se mantiene equilibrada.

Aparte de esto, estos meses vemos que se dedica también, en gran parte, a las máquinas de cualquier índole de fabricación extranjera, publicidad ésta solapada y en defensa únicamente de intereses particulares, y, francamente, no queremos que nuestras aportaciones sirvan para lanzar otros aparatos que no sean los de fabricación nacional.

Comentario: Siempre procuramos tener informados a nuestros lectores de lo que, referente al automático, ocurre en el extranjero. Creemos que es muy interesante, y hasta el momento nadie ha protestado de nuestra sección «Novedades del Extranjero». Por otra parte, el que en estos últimos meses nos refiramos a los aparatos extranjeros, pero únicamente de aquellos que van a entrar en España, obedece a nuestra obligación de informar de algo que atañe a la profesión, y nunca el hecho de informar constituye propaganda solapada. Como ya hemos dicho, en el automático están incluidos todos los fabricantes y profesionales del automático y pueden anunciarse libremente en nuestra Revista en cuanto ellos lo deseen.

Podríamos extendernos muchísimo sobre este asunto, pero con que revisen las páginas de su Revista queda todo suficientemente aclarado.

Comentario: Repasando las páginas de nuestra Revista creemos que el resultado de ello apoya nuestras opiniones. Desearíamos, pues, la aclaración de la frase «Podríamos extendernos muchísimo sobre este asunto».

Nuestras aportaciones, o al menos la de PETACO, S. A., no son para contribuir a que puedan publicarse notas (cuyo contenido no es totalmente cierto), como la siguiente:

«EN FECHA MUY PROXIMA VAN A ENTRAR EN ESPAÑA GRAN NUMERO DE «PINBALL» FABRICADOS POR LAS CASAS AMERICANAS. EL PRECIO, ALGO MAYOR QUE EL DE LOS NACIONALES, ESTA JUSTIFICADO POR EL GRAN ATRACTIVO DE LOS APARATOS, TANTO POR SU CAPACIDAD DE JUEGO COMO POR SU CALIDAD, QUE GARANTIZA UN FUNCIONAMIENTO PERFECTO Y SIN AVERIAS.»

Comentario: La nota citada es cierta, lo que acaso haya podido suceder es que la redacción de la misma puede dar lugar a falsas interpretaciones. En tal caso creemos que el camino indicado para subsanar esta anomalía o aclarar concepto es el trato directo con nuestra Redacción y entablar un amistoso diálogo para solucionar la dificultad.

Por todo lo expuesto, les rogamos se sirvan darnos de baja inmediatamente de la inserción de nuestros anuncios, así como de la suscripción a su Revista.

Sin más por hoy, nos reiteramos de ustedes, attos. y ss. ss.

q. e. s. m.,

PETACO, S. A.

p. p.

Firma ilegible

Consejero-Delegado.

P. D. — De este escrito enviamos copias a todos los fabricantes españoles de automáticos que conocemos y como justificación de nuestra postura.

De un detenido examen de todo lo anteriormente expuesto se desprende la necesidad de una colaboración, una comunicación intensa y continua de *TODOS* los industriales y profesionales españoles del automático con nuestra Redacción. Estas disparidades de criterio y estos lamentables roces se deben y pueden evitar procurándonos la información que siempre hemos solicitado. Si sólo unas pocas empresas mantienen una comunicación estrecha con nosotros, es obvio que el volumen de la información referida a dichas empresas será mayor que el espacio dedicado al resto.

Hemos creído oportuno e interesante dar a conocer a nuestros lectores todos estos detalles, y desearíamos conocer sus puntos de vista sobre el particular. Por otra parte, deseamos y esperamos que este incidente se solucionará rápidamente y que la colaboración de *TODOS* los industriales y profesionales del automático se notará ya en nuestro próximo número del mes de septiembre.

IMPORTANTE

En máquina ya este número pademos afirmar que las diferencias entre PETACO, S. A. y nuestra Redacción ya han sido zanjadas amistosamente. De con versaciones telefónicas hemos sacado el fruto que ambos deseábamos, y todo porque persiguiendo los mismos fines, la mejora y popularidad de la profesión, el acuerdo era inevitable. Nuestro aislamiento nos había deslizado involuntariamente hacia el camino fácil y PETACO, S. A. nos ha hecho ver que, gracias a Dios, no estamos solos en nuestra tarea. Podemos decir, con alegría, que el automático español no está muerto, sino al contrario vivo y con fuerzas suficientes para afrontar cualquier adversidad.



Los artículos que se publican en nuestra revista lo son bajo la respon sabilidad de sus autores. La redacción unicamente se hace responsable de los que parezcan sin firma o con la indicación de "La Redacción".

Concurso Periodístico

En el número del mes de junio ya habrán ustedes leído el proyecto de las bases que regirán en el concurso que nuestra revista se propone convocar. Las fechas del mismo todavía no están fijadas, sin embargo podemos adelantar que se convocará pasado el verano para cerrarse la admisión de artículos a finales de año.

Nos hemos dirigido a los fabricantes de automáticos de España con el deseo de que colaboren con nosotros en este concurso. Como se habrá podido comprobar de la lectura de nuestra revista, ésta no busca lucro sino únicamente el bien del automático en España. Muchas veces hemos pedido colaboración y a pesar de los casos aislados en los que nos ha sido prestada, no podemos estar satisfechos. Esta vez queremos que se comprenda la importancia de este concurso. Esta importancia se puede medir atendiendo a distintos aspectos: la cuantía de los premios, muy elevada en comparación con otros concursos de esta índole. En segundo lugar el ámbito de influencia del concurso —toda España.

Todo lo anteriormente dicho hace suponer la existencia de unos gastos muy elevados. Un primer premio de 15.000 pesetas, un segundo premio de 5.000 pesetas y tres accésits de 1.000 pesetas cada uno hacen un total de 23.000 pesetas. A estos gastos debemos añadir los que la publicidad del concurso ocasionará. Hemos calculado que este concurso supondrá unos gastos de 35.000 pesetas. La economía de nuestra publicación no permite por sí sola sufragar la totalidad de los gastos. Por ello hemos hecho un llamamiento, que repetimos en esta ocasión, para que todas las empresas dedicadas al automático ayuden económicamente al éxito del concurso. Hasta el momentos pocos son quienes nos

(Continúa en la pag. 210)

Relación de importaciones de "Pin-Ball" concedidas recientemente, y valor en divisas.

Nuco, S. A.	3.528'- FL.
Ibetsa	644'- FL.
E. Serra Pérez	6.550'- Fr. b
Llompart de A. Giguerra	600'- $
Geloso, S. A.	210'- $
Automatic, S. A.	2.000'- $
Manuel González Comes	125'- $

A U T O M A

Representante excl

"PHOTO

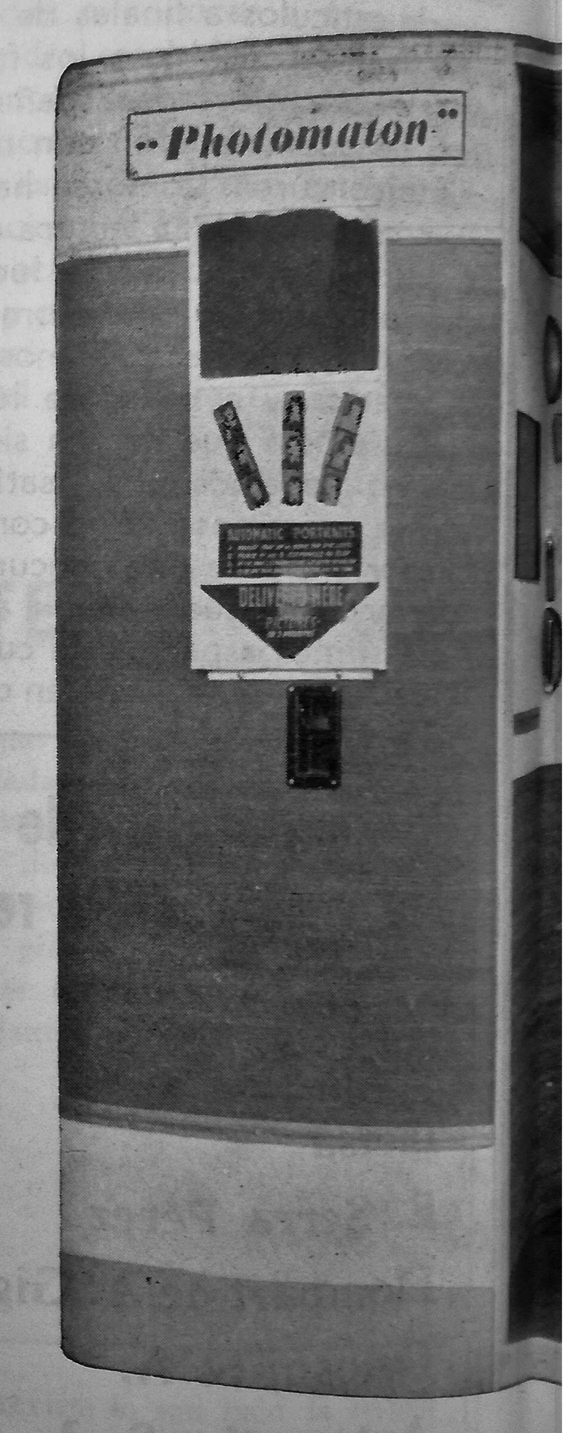
CYRIL ASTOR,

Funciona con 2 monedas de 5 Ptas.

3 m. 30 s. despues

5 fotos reveladas

5 Distintas poses, a voluntad



Solicite información detallada a AUTOMATIC, S.A.

Programación en los tocadiscos automáticos

Recogemos de la propaganda editada por WURLITZER, firma americana de reconocido prestigio mundial, una serie de comentarios todos ellos coincidentes en afirmar que la dotación de un aparato tocadiscos hucha está suficientemente cubierta con 50 discos, que, a tenor de las grabaciones que llevan los americanos, representan un total de 100 títulos.

Si analizamos con detenimiento las razones de esta aseveración, llegamos a la conclusión de que, en efecto, todo lo que sea extenderse en una programación superior a la señalada aparejaría un tan elevado costo en su adaptación que resultaría antieconómica, ya fuera nutrida de manera directa por el usuario como a través de una Discoteca.

Si, de otro lado, consideramos que los discos editados por las casas grabadoras españolas llevan casi todos ellos dos grabaciones por cada cara, o, lo que es lo mismo, cuatro títulos por disco, el número total de ejecuciones al que se podría llegar con semejante dotación, sería de 200, cifra que, a buen seguro, colmará el gusto del público más exigente y heterogéneo.

De ahí, pues, que una programación superior a 50 discos no sólo resultaría antieconómica, sino inoperante e inútil, por excesiva, ya que algunas de las grabaciones, según se ha podido comprobar en la práctica, tendrían tan limitadas ejecuciones que algunas de ellas llegarían a quedar inéditas. Si a esto añadimos que los discos que más amplia y favorable acogida tienen en el público que, en general, nutre estos aparatos —los que pudiéramos denominar de mayor furor— no se editan en número tan suficiente que haga posible su renovación constante, la inutilidad de una dotación superior a la ya citada queda de manifiesto de una manera evidente.

Estas han debido ser, a no dudar, las razones en que firma de tanto raigambre y tan experimentada, como WURLITZER, se ha apoyado para llegar a la consecuencia de que 100 grabaciones, adaptadas a un aparato tocadiscos público, son más que suficientes para cubrir cualquier exigencia, por cuyo motivo nosotros habremos de considerarnos sobradamente satisfechos con las 200 que representan los 50 discos, según el sistema de doble grabación adoptado en España.

Identificados, pues, con el criterio sustentado por tan prestigiosa marca, consecuencia de una larga vida de experiencia que debe servirnos de guía en el logro de nuestras pretensiones exponemos nuestro punto de vista en la seguridad de que hallará unánime eco entre los fabricantes españoles de aparatos tocadiscos automáticos.

(Viene de la página 207)

Concurso periodístico.....

han prometido su colaboración, pero debemos señalar que entre estos pocos se encuentran dos personas que como particulares nos han prometido ayuda económica aparte de su colaboración como dirigentes de una empresa dedicada al automático.

A pesar de nuestros insistentes llamamientos poca colaboración hemos hallado. Esperemos que este hielo se rompa y que las aguas de colaboración marchen unidas para fertilizar el campo del automático.

Luis Gonzaga.

Agradecimiento

Hasta la fecha no hemos recibido aportación alguna para el concurso periodístico, ni tan sólo un comentario respecto al mismo.

Lo lamentamos, porque este aislamiento no puede producir beneficio alguno a la profesión. Necesitamos hacer popular el automático, que no está bien considerado en nuestra país. Se le considera o como algo curioso o como negocio de desaprensivos y oportunistas y siempre como algo verdaderamente inútil. Se nos presenta la ocasión de darnos a conocer tal como somos, sin falseamientos y no queremos ni debemos perder ocasión tan propicia.

Colaboremos TODOS, en la medida que nos sea posible, a fin de conseguir que nuestro concurso EL DE LA PROFESION DEL AUTOMATICO alcance un gran éxito, que beneficiará a todos

Esperamos colaboración y sugerencias

CARTA ABIERTA DE UN EXPLOTADOR A UN FABRICANTE

Desearíamos conocer las opiniones de esta interesante carta que ya publicamos en el n.º 7 de nuestra revista

Mi querido amigo:

¿Quiere usted que recordemos lo pasado y hagamos algún propósito para el futuro? Vamos a ver nuestro negocio con perspectiva, y con la seriedad que merecen las respetables inversiones que usted y nosotros, burla burlando, ya tenemos hechas.

Pasó la época de los balbuceos, del pintoresquismo y de la improvisación. Quede la fantasía para las reuniones de cazadores, que ya el «pin-ball» dejó de ser máquina de gitaneo y puente de ilusiones fabulosas, para vender a precio acomodado a la cara del comprador, o para indisponer al depositario con el cliente de su establecimiento.

Usted ha acumulado bastante experiencia para seleccionar a sus proveedores, para educar a su personal, y para conocer los gustos del público. Nosotros también conocemos ya lo bastante del negoco para saber que trabajaremos para el diablo, si no tenemos la mente serena, y sino pensamos en cifras medias reales.

Enfrentamos afortunadamente una nueva época, en la que subsistirán sólo quienes, de ustedes y nosotros, asimilen los principios inmutables de seriedad, garantía y responsabilidad de todo negocio medianamente organizado. Ustedes tienen derecho a esperar de nosotros que paguemos religiosamente, que hagamos respetable su máquina y que cimentemos un negocio fluido y de porvenir.

¿Y qué podemos esperar nosotros de ustedes? Seguridad mecánica, atractivo en el juego, fortaleza y previsión ante el mal trato, regularidad en la fabricación y, sobre todo, que se olvide de confiar en el manoseado ingenio español de nuestros mecánicos, que ellos bastante tienen con la labor de conservación.

Y referente al coste, ya sabemos que lo bueno hay que pagarlo, pero no olvidemos que es necesario concebir una amortización rápida, porque el gusto del público es insaciable. ¿No podríamos concertar una fórmula fija de canje de usadas por nuevas? Nos permitiría programar una capitalización menor por máquina, ante el fantasma de la desactualización.

Porque la rápida desactualización es terrible. Hay que comprar, volver a comprar, comprar siempre, ¿y quién resiste? ¿A dónde pararemos, con un activo engañoso, de muchas máquinas y poco dinero? Y atención, mucha atención a ese Mercado Común...

Sí, sí; ustedes tienen razón, que en un país como el nuestro, el poder de absorción del público es pequeño, y no es fácil producir las grandes series de máquinas necesarias para amorti-

(Continúa en la página siguiente

Como quiera que deseamos que los industriales y profesionales del automático nos remitan noticias, grabados y artículos que puedan interesar a la totalidad de la profesión y para simplificar la organización, la recepción de originales para su publicación en nuestra revista se cerrará los días:

Para artículos y noticias en general, día 12 de cada mes.

Para grabados o fotografías de las que se deba obtener el grabado, día 10 de cada mes.

Los originales que se reciban despues de los días citados en nuestra redacción se publicarán a los dos meses.

Esperamos que así se obtenga una contínua recepción de artículos y notícias de interés para la profesión del automático.

Nuestra redacción se reserva el derecho de no publicar los artículos y grabados que no considere de interés para el automático en general, o que por su carácter marcadamente publicitario deban, antes, pasar por la Administración para abonar la cuota correspondiente.

Esperamos recibir colaboración de todas las empresas y profesionales del automático español.

(Viene de la página anterior)

Carta abierta.....

zar una matricería a precios convenientes. Sin embargo, no deben pretender que carguemos con gran cantidad de máquinas del mismo modelo, porque también nosotros tenemos «nuestro corazoncito».

Y por último, seamos fieles los unos a los otros. Es malo que ustedes vendan a quien les compre, sólo porque le pague. Las máquinas sueltas estropean el negocio, y resultan una carga final para el comprador deslumbrado por el cajón de las primeras semanas. Lamentará su decisión equivocada, pero su propio rencor le hará divulgar descréditos para el negocio.

Y perdone amigo mío, si hay aquí algo que suena a atrevimiento. Nos entenderemos muy bien si cada uno intenta comprender el punto de vista ajeno. ¿Tiene usted algo que decirme? ¿Sí? Pues venga, aquí queda, dispuesto a leerle, su colaborador y amigo.

MANUEL GONZALEZ COMES

Primer Simposio Internacional sobre Expendedoras Automáticas

A continuación publicamos el articulo que bajo el título "Hoy no se vende como antes" apareció en la revista "El Exportador Americano" por considerarlo de indudable interés por cuanto expone las opiniones de personas calificadas en este ramo.

Administradores del negocio de máquinas expendedoras automáticas de productos acudieron de todas partes del mundo al Primer Simposio Internacional de Expendedoras Automáticas, que se celebró en Chicago, LL. el 31 de octubre de 1961. La Asociación Nacional de Expendedoras Automáticas (National Automatic Merchandising Association) (NAMA) celebró el simposio como parte de su Convención-Exhibición del comercio expendedor automático (de octubre, 28 al 31).

El Sr. Thomas B. Donahue, presidente de la NAMA, dio la bienvenida a los concurrentes y el Sr. Jack B. Low, moderador del simposio, presentó a los siguientes conferenciantes:

A continuación damos manifestaciones de algunos de los conferenciantes nombrados anteriormente. Estos extractos de la sesión se terminan con un período de preguntas y respuestas; y preguntas hechas a los conferenciantes por el Sr. Low:

Thomas B. Donahue, presidente, National Automatic Merchandising Association.

E. Gonin, Afico, S. A. (Nestlé, Co), Suiza.

Norman Ditchburn, Organización Ditchburn, Inglaterra.

Robert Gooda, Automat Ltd., Inglaterra.

Erich Braeker, Sagamat Automaten Betriebs AG., Suiza.

Tom Higa, Yonagusuku Beverage Co., Okinawa.

P. A. Atterbom, Pan-Nordic Automation, Suecia.

Paul du Chayla, SAFAA, Francia.

Edy Faessler, Faessler Automaten, AG., Suiza.

Alessandro G. d'Anna, Vend System, Italia.

Hans Rosenzweig, Alemania.

Frank Vellinga, N. V. De Nederlandse Automaten Maatschappif, Holanda.

Dwight Hightower, Baker, McKenzie & Hightower, Chicago, Illinois.

Richard L. Cole, Cole Vending Industries, Inc., Chicago, Illinois.

Rudolf E. Kray, Glaso Corporation, New York, N. Y.

Charles Young, Lyli-Tupli Cup Corporation, New York, N. Y.

K. C. Melikian, Inc., Hatboro, Pa.

Henry Gaddis, The Vendo Company, Kansas City, Missouri.

John W. Haddock, Canteen International, S. A., Suiza.

Sr. DITCHBURN, Inglaterra:

Sitios exteriores para el expendio no han sido difíciles de encontrar. La gente que viaja no espera realmente que podrá obtener una bebida caliente tal como la que podrían hacer en su propia casa. El problema es el de vencer la timidez propia de ser visto tomando en público una bebida sacada de una máquina, pero el tiempo está encargándose de ello. Tenemos buenas máquinas y muy buenos ingredientes. La mayoría de las personas que toman de las máquinas en

sitios exteriores, quedan agradablemente sorprendidas de la calidad y sabor de lo que se les sirve.

Muchos obstáculos hay que vencer. Con la excepción de las empresas muy pequeñas ,las decisiones sobre la adopción de las expendedoras automáticas muy rara vez dependen de un solo individuo. Tenemos que acreditar el sistema de expendio antes de poder comenzar a vender máquinas. El asunto tiene que someterse a la consideración de un comité o junta de directores y frecuentemente hay que contar con los gremios obreros.

La perspectiva para las máquinas expendedoras y particularmente de las que expenden te, es muy favorable en el Reino Unido. El mercado está completamente disponible y «estoy convencido de que cualquier comerciante Británico que continúe ofreciendo un producto de calidad» sin tratar de lograr «rápida ganancia» empleando ingredientes baratos y respalde sus equipos con servicios de primera calidad, tendrá un maravilloso porvenir.

Sr. GOODA, de Inglaterra:

El expendio de cigarrillos en Inglaterra se hace un 90 por ciento afuera, en la calle. Es muy raro ver una máquina en el interior, a menos que sea para alimentación en fábricas. Y eso ha sido así desde hace muchísimo tiempo.

Sr. ATTERBOM, de Suecia:

Opino que un servicio técnico y rápido y eficiente además es esencial. Otras muchas compañías han tratado de explotar expendedoras en Europa, sin haber contado con una organización de reparación y servicio apropiada y sin tener disponible la existencia necesaria de piezas de repuesto. Es un hecho que casi todos esos importadores y explotadores «faltos de perspicacia» han fracasado. Nosotros hemos tenido éxito en lograr la buena voluntad industrial y hoy trabajamos en unos 30 puestos industriales en astilleros, fábricas de acero y metalisterías, fábricas de papel, fábricas de automóviles y de aviones de termopropulsión, fábricas de tejidos, de transmisiones, ferretería, plásticos, etc., empleando de 500 hasta 15.000 obreros.

Si en Europa dedicasen mayor capital y esfuerzo bajo una base metódica, los resultados serían «terríficos». Varios mercados podrían elevarse al mismo nivel que impera en EE.UU.

La Pan-Nordie tiene instalados equipos expendedores de EE. UU. en seis astilleros escandinavos. Por el momento, el expendio en ellos, es de bebidas frías y calientes, leche, alimentos calientes, dulces, pastelería, cigarrillos y helados. Las expendedoras de bebidas frías son hoy casi totalmente del tipo de las posmezcladas. Vendemos las bebidas corrientes o gaseosas.

Sr. d'Anna, de Italia:

Estamos vendiendo máquinas expendedoras exteriores directamente a los tenderos. Ahora hemos notado que las instalaciones en el exterior nos proporcionan un nuevo grupo de problemas, la mayoría de los cuales conciernen asuntos de seguridad, visibilidad y alumbrado. Las máquinas expendedoras exteriores deben estar bien alumbradas y sus contenidos bien visibles. La experiencia ha demostrado que una máquina «cerrada» venderá 50 por ciento menos productos que los que vende un modelo «abierto».

Nuestros vendedores están todos preparados con una medida, una cámara y un formulario de pedidos. El momento en que se toma un pedido del cliente, se hace una fotografía del

sitio, las medidas necesarias se toman y la solicitud es presentada a la oficina municipal apropiada.

Cuando una máquina se instala en el escaparate de una tienda, no hay ningún gran problema que resolver. Hemos encontrado que los tenderos se oponen a «deshacerse» de un escaparate, especialmente si es el único. En tal caso, instalamos un modelo en la sección baja del escaparate, de ese modo ocupando sólo la mitad de él.

Para vender de una máquina expendedora en una vidriera, es necesario convencer al tendero que la máquina es de por sí un «escaparate», que no sólo exhibe los productos, sino que los vende. Tiene mayor «atractivo» que un escaparate de tienda.

Las horas de oficina son importantes en los expendios al frente de las tiendas. En otros países de Europa, las tiendas seguramente trabajan menos horas que en Italia. Cuando se trabajan menos horas, las máquinas expendedoras son realmente para evitar las faltas de movimiento. Con mayor número de horas de trabajo, ellas seguramente aumentan el movimiento. En efecto, sabemos de tiendas cuyo movimiento ha aumentado el 20 a 30 por ciento después de haber el dueño instalado equipo de expendio por valor de 2.000 dólares.

Las máquinas expendedoras al exterior aprovechan a los que compran irreflexivamente. Trabajan del mismo que el tendero que coloca el mayor número de productos en exhibición, sabiendo que todo el que penetre en su tienda, tiene forzosamente que verlos. Un producto expuesto en una máquina expendedora está tan eficazmente exhibido, como si se le hubiere expuesto en la misma calle.

Sr. HADDOCK, de Suiza:

El expendio estadounidense es una industria basada en la propiedad y explotación de máquinas en las cuales mercancías son revendidas con ganancia por el intermedio de esas máquinas. Todavía no se ha acreditado bien en la mayoría de los países en el extranjero. El expendio se ha establecido desde hace muchos años en muchos países extranjeros y grandes cantidades de mercancías de muchas clases se venden por medio de las máquinas expendedoras. Hay que tener presente que cada país tiene sus propios problemas. El conocimiento del país y de sus costumbres y la clase de empaquetaduras determinan la efectividad de la venta automática al pormenor. Eso como un método contratado con la venta manual al por menor que ha sido durante tanto tiempo la costumbre en los países de ultramar en todo el mundo.

Sr. ROSENZWEIG, de Alemania:

Casi todas las máquinas se encuentran hoy funcionando en combinación con tiendas de venta al por menor. Como reemplazo de la ley que rige las horas de abrir y cerrar, al detallista se le concedió el privilegio de explotar máquinas expendedoras en conexión con su taller después de cerrada su tienda. Si embargo, al detallista se le permite únicamente aquellos artículos que tienen en venta en su tienda.

Durante mucho tiempo fueron los cigarrillos y dulces los artículos de venta más importantes. En años recientes se ha considerado importante, ofrecer a los clientes algunos de los productos que se tienen en existencia en la tienda después que esta se haya cerrado en la tarde. Muchos abaceros, farmaceutas, calceteros y expen-

dedores de discos y fonográficos y libros, por tanto explotan expendedoras «de compartimientos» al frente de sus almacenes, ofreciendo una selección de artículos que venden en la tienda.

Durante mucho tiempo fueron los cigarrillos y dulces los artículos de venta más importantes. **En años recientes se ha considerado importante ofrecer a los clientes algunos de los artículos que se tienen en existencia en las tiendas** después que éstas hayan cerrado por la tarde. Muchos abaceros, farmaceutas, calceteros y expendedores de discos fonográficos y libros, por tanto, explotan «expendedoras de comportimientos» al frente de sus almacenes, ofreciendo una selección de artículos que venden en la tienda.

El minorista que decide adquirir una máquina posiblemente explota la expendedora de cigarrillos por sí mismo. Las tiendas más pequeñas no están por lo general tan interesadas en el campo de los expendios y, por tanto, se alegran de que el vendedor mayorista de tabaco explote la máquina en su sitio. En tal caso, serán principalmente aparatos mecánicos que ofrecen de cinco a diez selecciones.

Sr. HIGHTOWER, de Chicago:

Después de la segunda guerra mundial las exportaciones de los EE. UU. se han elevado de 10 mil millones de dólares en 1946 a 20'5 mil millones en 1960. Unas 26.000 máquinas accionadas por monedas, para el expendio de productos, fueron exportadas con un valor de 3,5 millones de dólares. La concesión de licencias en el extranjero estimula mayores exportaciones, según prueba la experiencia.

Sr. COLE, de Chicago:

Las transacciones comerciales satisfactorias se establecen del modo más ventajoso en el extranjero **cuando se presta atención a las costumbres, leyes y perjuicios locales.** Aunque es «justo» decir que la mayoría de los métodos comprobados de expender que se emplean en EE. UU., pueden dar resultado en países extranjeros, esos métodos o técnica tienen que adaptarse a las situaciones y condiciones locales.

Sr. MELIKIAN, de Pennsylvania:

Como fabricante de máquinas expendedoras, nosotros anunciamos para el comercio del ramo. ¿Pero cómo anuncia el comerciante?

Al cliente se le aplica el «tratamiento del choque». Una máquina se coloca en el sitio, esperándose sea aceptada por personas que ni siquiera saben como hacerla funcionar. Están totalmente faltos de preparación para tener las monedas apropiadas en sus bolsillos. Ni siquiera saben cómo leer correctamente las instrucciones. Y los exploradores se quedan «atónitos» cuando no compran en ellas grandes cantidades.

PREGUNTAS Y DISCUSION

P. ¿Es verdad que muchos usantes en perspectiva de las máquinas expendedoras de EE. UU. en Europa se sienten rehacios a adquirirlas por temor de no obtener suficiente servicio técnico y piezas de repuesto?

R. (Sr. Faessler). Depende de donde eso ocurra, y del sitio. En Europa tenemos condiciones geográficas muy desfavorables. Debido a las montañas, la red de máquinas expendedoras vendidas es todavía muy pobre y escasa. El depósito de servicio y material técnico es muy difícil, y generalmente muy costoso para firmas pequeñas. Empero, es probable

(Continúa en la página 224)

Williams



FRIENDSHIP "7"

- El aparato de un solo jugador más moderno
- Por puntuación se obtienen bolas extras
- Gran capacidad de juego
- FLIPPERS de metal cromado
- Mueble agradable
- Reclame información

SOLICITE FACTURAS "PRO FORMA" PARA SUS IMPORTACIONES

AUTOMATIC, S. A.

REPRESENTANTE EXCLUSIVO PARA ESPAÑA

Avda. Rep. Argentina, 30
Teleg. "Automatic "Barcelona
Teléfono 227 88 43
BARCELONA (6)

VENTAMATIC
Dr. Castelo, 36
Teléfono 235 04 35
MADRID (9)

100 Park Terrace West
Cables: Ameropapor Newyork
Telephone: LOrraine 9 - 9000
NEW YORK 34, N.Y.

REALIDAD

Aun cuando debemos ser optimistas no debemos caer en falsas ilusiones ni falsear la realidad. Es cierto que el panorama del automático en España ha mejorado notablemente en estos últimos años y con una rapidez inusitada. Actualmente en casi todos los bares de las ciudades importantes está instalado un "Pin-Ball", casi siempre de fabricación nacional.

Si bien en calidad nuestros aparatos no tienen nada que envidiar a los de importación, puesto que su fabricación ha sido muy cuidada, no podemos decir lo mismo refiriéndonos al juego en sí. El sistema de juego es bastante monótono a la larga. Los modelos nuevos apenas introducen novedades en el juego y sí muchas en la presentación. Se debe cuidar la presentación, cierto, pero no se debe descuidar en lo más mínimo el sistema de juego. Casi todos los "Pin-Ball" españoles únicamente puntúan a base de contactos con los "bumpers", las bandas de goma y los contactos situados en la pista. El objetivo del jugador es alcanzar el "millón" la partida gratis a base de sumar puntos.

Los aparatos americanos ofrecen multitud de combinaciones para alcanzar la partida gratis. Esta misma multiplicidad de medios ofrece la oportunidad, al jugador hábil, de alcanzar en un msimo juego varias partidas gratis. Atractivo que no deja de ser interesante. Se incluye en muchos aparatos la llamada "lotería" que puede conceder la partida incluso a los que no han conseguido la puntuación necesaria. Esta modalidad ha sido incluída en sus últimos aparatos por un fabricante español.

Podemos resumir diciendo que lo que caracteriza a la mayoría de los "Pin-Ball" nacionales es la monotonía, su similitud entre los de distintas marcas, en cuanto al sistema de juego. Técnicamente los industriales españoles están capacitados para conseguir mejoras en el juego del mismo modo que las han conseguido en calidad de materiales y funcionamiento. Es de desear que se apliquen todos en conseguir novedades de interés real que puedan competir en todos los terrenos con los fabricados americanos y sobre todo conseguir que el producto de una casa se distinga del de otro fabricante, que los aparatos dejen de ser anónimos y que el público conozca el aparato por el nombre del fabricante. De este modo se consigue estimular la competencia leal y siempre interesante para evitar el anquilosamiento y rutina.

Otro aspecto interesant en este terreno de los fabriantes debe ser examinado. Para conseguir óptimos resultados en el automático se debe prescindir, en parte, del concepto egoísta e individualista de industrial y pensar algo más en el conjunto de la profesión. Un aparato de mala calidad perjudica no sólo al fabricante del mismo sino también a toda la profesión. Para evitar este mal el negocio del automático debe estar en manos de personas enteramente dedicadas al mismo y que lo consideren como lo fundamental en su negocio. El automático no es un complemento. Durante algún tiempo puede serlo, pero en cuanto el interés inicial por parte del fabricante decaiga el sector del automático en su industria perderá importancia en la misma medida que decaiga el interés. El automático no es un pasatiempo, es una actividad que requiere de un constante cuidado y una continua vigilia en espera de una constante mejora en todos los órdenes.

(Finaliza en la pág. 224)

El maravilloso mundo del automàtico

Al hablar de progreso, muchos de nosotros en seguida pensaremos en la energía nuclear, satélites artificiales, grandes máquinas de guerra e industriales, antibióticos, etcétera, pero la verdad es que son tantos y tantos los elementos desarrollados por la evolución del hombre, y en beneficio de todos...

No vamos a tratar precisamente sobre los adelantos anteriormente indicados y sí sobre algo que para la inmensa mayoría de los españoles no tiene, de momento, más misión que la de atraerles y obsequiarles con una golosina a cambio de una moneda. Simplemente se trata de las pequeñas y automáticas máquinas callejeras. Un adelanto más que se va imponiendo en la mayor parte del mundo y especialmente en las grandes urbes. La misión de dichas máquinas no sólo consiste ya en obsequiar —o mejor dicho, «vender»— golosinas, pues su automatismo ha sufrido una profunda transformación y hace que el papel de la misma vaya mucho más lejos y abarque campos muy amplios e importantes.

En Estados Unidos, por ejemplo, han tenido tanto éxito estas máquinas que incluso se utilizan ya como pequeños y económicos «restaurantes» en Nueva York, lo cual es un verdadero alivio para el moderno y «múltiple» hombre de la ciudad más atareada del mundo, donde el trabajo es como una enfermedad y la prisa como una epidemia, batiéndose todos los récords en el arte de sacar provecho a los minutos. Al neoyorquino, pues, y gracias al último grito del «automatismo callejero», no le preocupa ya estar lejos de su casa a la hora de comer o desayunar y tener que esperar turno en algún abarrotado «restaurante».

Aunque parezca increíble, en la ciudad de los rascacielos existe una nutrida red de estas modernas y portentosas máquinas que le sirven a uno lo que se le antoje comer y a módicos precios, con tan sólo pulsar un botón y tras haber depositado en la ranura el correspondiente importe de lo que vaya a pedir. Que quiere un chocolate con churros —¿Frío? ¿Caliente? ¿Templado?—. ¡No se preocupe! Deposita el dinero, señala con la flecha indicadora el artículo que desea y cómo lo desea y en un instante es servido automáticamente después de apretar el botoncito. ¡Qué no desea chocolate! Lo que usted quiera. Es cuestión de gustos. Allí encuentra el usuario una perfecta despensa y suculenta «cocina» con los más variados y sabrosos manjares a su disposición: desde el café al pollo asado, del caldo al pescado frito, de la naranja al flan o el helado... ¡Qué se ha agotado lo que desea! No es problema. También la máquina dispone de un teléfono directo con la firma explotadora —una especie de «supermercado automático», claro—. Con tan sólo reclamar, al instante se presenta el personal encargado de abastecerla y asunto concluido. ¡Ah, eso sí! Dice un letrero: «Cuando acabe ponga las sobras y los envases en el lugar que indica la flecha roja». La máquina automática se encargará también de recogerlos.

En fin, que, como se puede ver, el automatismo de las máquinas callejeras va adquiriendo cada mía más importancia y, según predicción de los técnicos, en un futuro próximo se descubrirán nuevas sorpresas y las máquinas automáticas invadirán las calles de las principales ciudades del mundo.

¿Las veremos en Barcelona? Yo creo que sí...

F. Soler Arenas
Redactor de Agencia EFE

(*Viene de la página 220*)

Realidad.....

Con el perfeccionamiento se debe conseguir una baja de precios no arbitraria sino fundada en una racional organización de producción que permita abaratar el coste del aparato. Los artesanos del automático se extinguirán. El prestigio de los fabricantes prevalecerá por encima del prestigio personal. El ámbito de conocimiento de una gran empresa es infinitamente mayor que el de un artesano, y por ello el merado es muho mayor para la empresa que para el pequeño fabricante. La cuestión del tiempo de subsistencia de éste depende única y exclusivamente del que tarde en saturar su pequeño y particular mercado.

Son 10 años escasos de automatismo en España. En este corto período de tiempo muchas ilusiones se han visto frustradas por innumerables causas. Unicamente los que han luchado con tesón y han olvidado la improvisación siguen adelante. Otros sucumbirán y dejarán de existir por el suicidio industrial que representa el considerar al automático como un pasatiempo, como un negocio, como algo que no precisa de la misma atención que el otro sector de su industria de la que el automático es complemento.

Luis Gonzaga

(*Viene de la página 218*)

Hoy no se vende como antes.....

que los comerciantes tengan existencias de piezas.

P. ¿Existe en Europa alguna venta de bebidas gaseosas en latas?

R. (Sr. Rosenzweig). No. Sólo conozco la situación en Alemania donde las latas son demasiado caras. Una botella de cerveza cuesta 18 centavos, y una lata del mismo tamaño 35 centavos. El costo de una lata es de 14 a 20 centavos mayor, lo que es demasiado caro.

R. (Atterbom). En los países escandinavos la venta de bebidas gaseosas y cerveza de todas clases, en latas, están propagándose rápidamente y acaban de aparecer en los supermercados, los que creo ingresarán al negocio de las expendedoras el año próximo.

P. Hay algo sobre las expendedoras en Holanda que sería interesante. Eso es, díganos, ¿qué es lo que hace el hombre que está afuera junto a las máquinas expendedoras?

R. (Vellinga). Cambia el dinero. Está empleado por el almacén que le paga algo semanalmente.

P. Sr. Ditchburn, en los EE. UU. los fabricantes arriendan equipo a los operadores o les facilitan planes de financiamiento. ¿Hacen lo mismo en Inglaterra?

R. (Sr. Ditchburn). Todavía no tenemos funcionando bien el negocio de la explotación. Pero arrendamos directamente a la industria y encontramos eso más conveniente que comprar los equipos. Arrendamos bajo contrato de cuatro años, lo que ha dado muy buenos resultados y ha estimulado mucho las ventas.

P. ¿Qué clase de financiamiento hay para los operarios alemanes? ¿Se recibe de los fabricantes alemanes o de otras fuentes?

R. (Rosenzweig). Sí, en Alemania algunas veces exigen pago de contado por las máquinas, pero todos los pequeños operarios pagan por sus máquinas en un año, y los almacenes de al por menor las pagan en dos y, a veces, hasta en tres años.

BREVE HISTORIA DE LOS DISTRIBUIDORES AUTOMÁTICOS EN LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

Por G. R. SCHREIBER

VII

A continuación vamos a exponer un caso ocurrido en el año 1921, cuyos protagonistas son la British Wrigley Company y su Director, S. L. Murrison, y que nos demuestra que los aparatos automáticos pueden ser utilizados para abrir mercados y crear demanda de un producto determinado. Para imponerse en Inglaterra, la Wrigley debía salvar dos importantes obstácculos: los ingleses no eran adictos usuarios de goma de mascar y los comerciantes (tanto mayoristas como minoristas) no querían arriesgarse ni preocuparse en intentar acostumbrar al público. No obstante, Murrison logró distribuir algunos aparatos vendedores de goma de mascar entre los detallistas ingleses. Estos observaron prontamente el gran éxito de tales aparatos, y obraron en consecuencia. Así, el programa de ventas de la Wrigley, no sólo abrió un nuevo mercado para esta Compañía, sino que también sirvió para acostumbrar a los ingleses a mascar chicle.

Por esta época, los creadores de aparatos automáticos comenzaron a pensar seriamente en la posibilidad de vender cigarrillos a través de los mismos. En 1925 se construyeron tres máquinas que tuvieron gran influencia en el posterior crecimiento de la industria americana del automático. Los tres aparatos fueron construídos para vender cigarrillos: una por la National de San Luis, otra por William Rowe en Los Angeles, y la tercera por la Smoketería en Detroit. El aparato de vender cigarrillos constituyó la primera tentativa seria de vender grandes cantidades de productos a precios superiores a un níquel. Al principio poca gente tomó en serio estos aparatos, y una gran mayoría de "astutos" comerciantes estaban seguros de su fracaso.

Hyman Goldman recordaba una vez el día en que Gordon Macke le visitó en la Oficinas de su Compañía de mayoristas de caramelos y tabaco, en Washington D. C. Macke había encontrado a William Rowe en la Costa Occidental americana, y estaba entusiasmado con el aparato vendedor de cigarrillos que aquél fabricaba. Inmediatamente trató de establecer un negocio relacionado con tales máquinas vendedoras de cigarrillos. Macke se dirigió a Goldman como a un lógico y conveniente suministrador de los cigarrillos que se proponía vender.

"El me dijo" repite Goldman "que iba a vender los cigarrillos en sus máquinas al precio de 15 centavos. Por aquel tiempo nuestros agentes y detallistas estaban vendiendo los cigarrillos a 11 y 12 centavos, y yo pensé que lo que Macke me proponía era una locura. Nadie pagaría un precio tanto más elevado. Pero él decía que todo el mundo lo haría, porque las máquinas eran mucho más cómodas y convenientes. Yo estaba seguro de que se equivocaba, y así rehusé venderle cigarrillos".

Pero Macke no se descorazonaba fácilmente, y así empezó a comprar cigarrillos a los corredores e intermediarios que adquirían los productos en el almacén de mayorista de Goldman Algunos años más tarde, cuando Macke hubo probado su punto de vista instalando más de cien aparatos expendedores de cigarrillos, Goldman aceptó tomar parte en el negocio y ambos

fundaron lo que es ahora la Macke Vending Company.

En 1926 aparecieron en los parques de atracciones y lugares de diversión de Nueva York y Nueva Jersey los primeros Sodamats, precedentes de las modernos aparatos distribuidores de bebidas carbónicas. Estas máquinas no contenían en un solo aparato el mecanismo de moneda, el distribuidor de bebidas, el sistema de refrigeración, el carbonator (o productor de burbujas carbónicas) y el tanque de jarabe. Por ello los Sodamats se instalaron tras una pared, tras la cual se contenían sus diversas piezas o elementos, enteramente sueltos, pero dispuestos de forma que pudieran trabajar conjuntamente. Se instalaron Sodamats en Coney Island, Asbury Park, Atlantic City y Nueva York, donde continuaron en uso hasta bastante después de terminada la segunda Guerra Mundial.

Al finalizar la década de los años veinte, hubo otra ola de uniones y consolidaciones en la industria del automático. La Autosales Corporation, que había sido reorganizada al terminar la 1.ª Guerra Mundial, englobó una serie de Compañías secundarias, combinando sus recursos e intereses, y una nueva Compañía —la Consolidated Automatic Merchandising Corporation— apareció en escena. C. A. M. C. O. constituyó la primera tentativa de establecer una organización de ámbito nacional verdaderamente diversificada en cuanto a sus funciones. Tal era la idea de Joseph J. Schermack, quien es generalmente conocido como creador del primer aparato práctico para la distribución y venta automática de sellos de correos.

Schermack dejó la escuela para empezar a trabajar como mecánico en Freeport, Illinois, cuando contaba solamente 13 años de edad. En el año 1900 inició su propio negocio como fabricante de máquinas diversas para correspondencia, la primera de las cuales fue colocada en Marshall Field and Company, de Chicago. En el año 1910 Schermack fabricó su primer distribuidor de sellos de correos "remunerativo", un aparato que vendía un sello de a 4 peniques, o dos de a 2 peniques cada uno, por un níquel (10 centavos). Hasta entonces los sellos de correos se habían vendido siempre por su valor postal, con la idea de que los comerciantes que poseían las máquinas querían procurar únicamente un servicio a sus clientes.

Al principio, Schermack vendió sus aparatos expendedores de sellos de correos a los establecimientos, quienes los instalaban por su cuenta. Pero a partir del mes de septiembre del año 1926, formó la Sanitary Postage Service Company, para instalar y explotar dichos aparatos. En 1928 la Sanitary tenía unos 20.000 aparatos en funcionamiento y un año más tarde alardeaba de tener unos 30.000. Las máquinas fueron instaladas en establecimientos bien conocidos, tales como United-Cigar, Schulte, Ligget y otras cadenas de establecimientos, así como también en millares de comercios independientes más modestos.

En el mes de agosto de 1928, y con un alboroto considerable en la prensa, Sanitary vino a ser una división o parte de la recientemente formada C. A. M. C. O. Schermack fue nombrado Gerente, mientras el financiero A. J. Sack lo era para el cargo de Presidente de la compañía. El equipo de directores de la C. A. M. C. O., que inmediatamente anunció sus planes para distribuir sus existencias entre el público, incluía personalidades tan famosas como el último Franklin Delano Roosevelt (posteriormente elegido Presidente de los EE. UU. de América del Norte). C. A. M. C. O. anun-

ció que iba a dedicarse por completo a los aparatos automáticos. Además de la Sanitary Postage, C. A. M. C. O. controlaba la General Vending Corporation of Virginia, Automatic Merchandising Corporation of America, Schermack Corporation of America y Remington Service Machines Inc. El equipo de directores de C. A. M. C. O. anunció que estaba operando con 36.000 básculas automáticas, 30.000 expendedores de sellos de correos, y 25.000 distribuidores de golosinas, al tiempo que estaban haciendo grandes progresos en el campo de los distribuidores de cigarrillos. Un prospecto de la compañía, dirigido a inversores potenciales, anunció que en 5 años C. A. M. C. O. podría llegar a tener 1.500.000 máquinas, haciendo fanfásticos beneficios.

La más conocida de las instalaciones de C. A. M. C. O. fue una serie de 15 aparatos en batería, expendedores de cigarrillos, con 3 cambios, instalado en la United Cigar Store, en las calles 33 y Broadway, en la ciudad de Nueva York. Más tarde las máquinas fueron perfeccionadas con la adición de fonógrafos que repetían «thank you» (gracias) después de que los clientes hubieran insertado sus monedas.

La idea de la formación de C. A. M. C. O. se nos aparece sorprendentemente moderna desde que los empresarios intentan también formar grandes uniones de empresas relacionadas con los aparatos automáticos.

Mr. A. Grant, vice-presidente de la United Cigar y uno de los organizadores de C. A. M. C. O., dijo en una intervíu en el año 1929: «Tras poner en marcha la compañía, empezamos a discutir sobre la posibilidad de unir los diferentes aspectos de nuestro negocio, a saber, la fabricación, el ser-



vicio y la venta. Desde entonces formamos la organización general que tenemos ahora que oscurece y supera todas las organizaciones de las demás compañías dedicadas a la venta de mercancías mediante máquinas».

Tras haberse formado la Compañía, como Mr. Schermack dijo más tarde a un periodista, «Entonces tuvimos la buena suerte de entrar en contacto con Mr. F. J. Lisman, de la empresas F. J. Lisman and Company, un banquero que había sido miembro del New York Stock Exchange durante más de 30 años, quien unía a una excelente y madura inteligencia una magnífica y moderna actitud hacia las nuevas ideas. Bajo la ayuda y dirección de Lisman, C. A. M. C. O. preparó un prospecto de 4 páginas, proyectando un rosado porvenir de ventas y

beneficios, del orden de millones de dólares. En los días oscuros de la deflación de 1933, C. A. M. C. O. se declaró en bancarrota; algunos de sus elementos fueron vendidos, otros fueron simplemente retirados y liquidados.

En el año 1929 un fabricante de Chicago, que durante 44 años había producido piezas sueltas para aparatos automáticos, denominado Nathaniel Leverone fabricó unas básculas automáticas que instaló en el elevado de Wilson Avenue. Leverone, que estaba orgulloso de la soberbia apariencia de la báscula, empalideció al observar su peso en la misma: 200 libras (80 kgs.). Se dirigió a una nueva báscula, situada en el otro extremo del andén, el resultado fue completamente distinto, su peso se había reducido hasta 70 libras. Muchos años más tarde Leverone confesó que esta experiencia fue lo que le había impulsado a entrar decididamente en el negocio de los aparatos automáticos. «¿Por qué causas, yo pensaba, los hombres honrados no han probado sus oportunidades en este género de cosas?». Aquel mismo año, Leverone y 11 socios pusieron en común 5.000 dólares cada uno para fundar la Canteen Company. Más tarde invirtieron en la misma otros 5.000 dólares por persona.

Bolsa del Automático

PRECIOS ORIENTATIVOS DE APARATOS NUEVOS

Aparato	Tipo	Fabricante	Precio
Trapecio	Pin - Ball	C. M· C.	24.000'—*
Trinidad	Pin - Ball	C. M. C.	24.000'—*
Sinfonía	Pin - Ball	C. M. C.	24.000'—*
Sinfonola 96	Tocadiscos	GEDASA	60.000'—*
Ventamatic 62	Distribuidor	Automatic, S. A.	8.800'—*
Sur - Me	Distribuidor	Azkoyen	500'—*
Habilín (G)	Pin - Ball	Escardíbul	38.000'—*
Habilín (P)	Pin - Ball	Escardíbul	22.312'—*
Autobol	Pin - Ball	Sanchís	27.000'—*
Bumper BL 108	Pin - Ball	Laguna	15.000'—*
Bumper BL 110	Pin - Ball	Laguna	17.000'—*
Bumper BL 112	Pin - Ball	Laguna	19.000'—*
Bumper BL 114	Pin - Ball	Laguna	23.000'—*
Futbolín Gol	Futbolín	Laguna	10.000'—*
Tour	Pin - Ball	Petaco	31.200'—*
Volando Alto	Pin - Ball	Vaher	25.000'—*
Carrera de Caballos	Pin - Ball	Stuar	35.000'—*
Sideral Senior	Pin - Ball	F. A. E. R.	27.000'—*
Sideral Junior	Pin - Ball	F. A. E. R.	18.000'—*
Colorín	Pin - Ball	Orús	30.000'—*

PRECIOS ORIENTATIVOS DE APARATOS USADOS

Ventamatic 60	Distribuidor	Automatic, S. A.	6.500' *
Sinfonola 24	Tocadiscos	GEDASA	30.000'—
Bumper BL 108	Pin - Ball	Laguna	10.000'—
Colorín Penalty	Pin - Ball	Petaco	12.000'—
Colorín	Pin - Ball	Petaco	12.000'—
Diana	Pin - Ball	Petaco	16.000'—

A fin de ayudar a nuestros suscriptores en sus compras de aparatos automáticos accionados por monedas, publicamos las tarifas de precios de algunos aparatos. Los que están señalados con un asterisco (*) son precios facilitados por el fabricante. Esperamos poder ampliar esta lista en números sucesivos contando con la colaboración de todos los fabricantes.

ANUNCIOS POR PALABRAS

En esta sección publicamos las ofertas de compra, venta, etc. de aparatos automáticos accionados por monedas y sus accesorios, etc. bajo las siguientes tarifas:

Cada línea 10'– ptas. (mínimo 5 líneas, unas 150 letras)

Como única dirección constará la de "El Mundo del Automático" que, a su vez, remitirá las cartas recibidas al anunciante interesado.

Los originales deben llegar a nuestra redacción antes del día 26 de cada mes acompañados de su importe por cheque o Giro Postal.

Estoy interesado en la adquisición de varios aparatos ELECTRONICOS, entre ellos el "Oso Electrónico", nuevos o usados. Escribir a "El Mundo del Automático" n.º 19. Libertad, 28 - Barcelona (12).

Vendo aparato Trafalgar de la casa Material Electrónico, S. A. de Zaragoza, usado de seis años en buen estado. Escribir a "El Mundo del Automático" n.º 20. Libertad, 28 - Barcelona (12).

Compro aparatos "millón" extranjeros usados en buen estado. Escribir a "El Mundo del Automático" n.º 21. Libertad, 28-Barcelona (12).

Busco local en Barcelona dedicado a la explotación de juegos de salón. Escribir a "El Mundo del Automático" n.º 5. Libertad, 28 - Barcelona (12).

Compraría futbolines seminuevos y usados en buen estado.Escribir a "El Mundo del Automático" n.º 4 Libertad, 28 - Barcelona (12).

Vendo 4 Pin-Ball Laguna Modelo BL 108 a buen precio, funcionando en impecable estado. Escribir a "El Mundo del Automático" n.º 22 Libertad,28 - Barcelona (12).

música y
mayores
beneficios

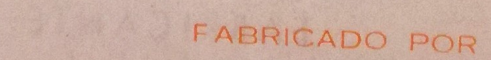


Sinfonola **96 selecciones**

He aquí la máquina que le proporcionará más clientes y... con

MAS CLIENTES,
¡ MAYORES GANANCIAS !

Tocadiscos
automático de
alta fidelidad



RASGO

FABRICADO POR

GENERAL ESPAÑOLA DE AUTOMATICOS, S. A.



SAN QUINTIN, 10 - MADRID